

电子商务本科人才培养的共性问题与创新措施电子商务师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/638/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_638451.htm

随着中国互联网络的高速发展，电子商务的人才需求日趋旺盛。据国家统计局调查统计，2006年中国19267家大中型企业的电子商务采购金额达到5928.6亿元，电子商务销售金额达到7210.5亿元。据此估算，2006年中国电子商务交易总额超过15000亿元。而据有关专家预计，未来几年，我国电子商务人才缺口每年都将超过20万人，而且这种趋势还会进一步延续。电子商务人才的短缺已成为制约我国电子商务快速、健康发展的瓶颈。因此，加强电子商务人才的培养就显得尤为重要，如何培养市场需要的电子商务人才成为政府、高校、企业等共同关注的焦点问题。

一、我国高校电子商务专业人才培养概况

2000年底，教育部批准设立了电子商务专业。2001年，首批开设电子商务专业的13所高校开始招生。此后，普通高等院校电子商务专业人才培养的规模不断扩大。2003~2005年，全国电子商务本科专业招生规模为1.5万人/年，专科招生超过6万人/年。截止2006年6月，开设电子商务专业的本科院校已达306所，高职高专类院校864所，在读的电子商务专业学生已超过10万人，其中本科在校生约7万人。受教育部高教司委托，由西安交通大学、厦门大学、西安邮电学院等高校组成的“中国高校电子商务专业本科人才培养模式研究”课题组，于2005年5月对普通高等学校电子商务专业本科人才培养现状进行了一次全国性的问卷调查。调查结果显示，我国开设电子商务专业的高校数量基本适度，但教学质量尚需进一步提

高。考|试/大其中，师资状况上，为本科生授课的教师中，讲师和副教授合计占总体的67.4%；教师毕业专业中，管理科学与工程、计算机和经济学三类合计占71.9%。学生状况上，电子商务专业本科生的人数与企业的电子商务人才需求相差较大，电子商务专业人才在综合素质、学习能力、知识结构、计算机水平、专业知识和外语水平等方面较为突出，但创新能力和实践能力方面还有一定不足。就业状况上，电子商务专业存在人才需求缺口巨大与就业率略低于平均水平的反差，人才供需双方需要进一步对接、人才结构还需进一步优化。

二、电子商务本科专业人才培养中的共性问题 作为一种全新的商务模式和经济形态，电子商务带来了整个社会范围内的一次巨大变革，需要一支浩大的、有新型商务管理和技术能力的创新型电子商务人才队伍。但相比其他较为成熟的专业，电子商务专业建设时间短、内容新、任务重，正处于初步探索和不断完善的阶段，因此在人才培养过程中还存在一些共性问题亟需解决，主要表现在以下几个方面。

1. 培养方向细分不足。考|试/大相比许多传统专业的明确定位，部分高校在电子商务专业的培养目标界定上相对宽泛，培养方向上缺少细分，“高级、复合型”的培养初衷与实际结果存在反差。例如培养模式上，高校工厂化培养与企业个性化人才需求存在反差；知识结构上，学生宽厚的经济、管理学基础与社会专业化导向间存在反差；就业意向上，本科生从事电子商务项目管理或技术的预期与众多企业的操作性人才需求存在反差等等。

2. 课程体系缺乏有机集成。从现有的电子商务专业课程体系来看，主要分为技术、商务和管理等几大模块，但各大模块之间相对割裂，课程间缺乏有机联系，而

这一状况与部分学校的培养目标宽泛、专业定位不明有着较大的关联。究其原因，一方面是明确各模块功能和课程内容的导论(概论)课程未能有效发挥作用，同一模块的前后课程在内容上有所重叠，导致学生缺乏对本专业的整体性认识；另一方面是实验、实训，尤其是综合性实践项目相对缺乏或效果欠佳，没有达到有机融合各大模块的目的。

3. 重理论、轻实务。强于书本，弱于实务，是目前电子商务本科人才培养中相对普遍的一个问题。实务训练对于复合型、应用性人才的培养具有十分重要的作用。但现实状况是，部分高校仍存在着以理论讲授为主、教师照本宣科、学生乏味听讲的现象，缺乏必要的案例教学和实务操作能力的培养。而电子商务教材本身，又存在着或偏于定性描述、或偏于具体技术、深浅不一、案例和实训内容缺乏等问题。有些即使是重视实务环节的高校，也只是以软件模拟为主，且面临着软件简单、陈旧、脱离现实等困境。

4. 教师专业素养有待提高。综观培养方向细分不足，课程体系缺乏有机集成，重理论、轻实务等电子商务人才培养中的共性问题，究其根源，在于这一新兴专业的师资相对缺乏。据“中国高校电子商务专业本科人才培养模式研究”课题组的调查，现有电子商务专业教师中，毕业于电子商务专业的仅为1.9%；而在国际交流经历和专业实践经验上，84.5%的电子商务专业教师没有国际交流经历，44.4%的专业教师没有本专业相关企业的实践经验。由于本身较少参与实践活动，导致教师在组织学生讨论、分析案例、指导实验和创业等方面的效果受到很大影响。当然，电子商务专业教师缺乏。专业素养有待提高这一问题，也与电子商务专业成立时间短，电子商务内容广博、学科交叉

大，引进企业高级实务人员存在困难等原因有关。三、电子商务本科专业人才培养思路与创新措施

1. 提升师资队伍的专业素养
培养复合型人才，首先需要复合型教师，师资质量的提高是培养高质量人才的关键。除了积极引进熟悉中国电子商务实践的海归人才和有较高实务经验的企业人才以外，高校和青年教师自身都应做出更多的努力，不断提高专业教师的业务水平和实践经验。具体应注重以下几项工作。
一是加强师资培训。组织电子商务专业教师进行扎实的专业培训，学术带头人定期或不定期地就人才培养中的有关问题与专业教师充分交换意见。建议青年教师从讲授电子商务导论和带实验课开始，注重推广先进教学方法，摒弃传统的填鸭式手段，多采用案例教学和课堂讨论。
二是多参与实践项目或活动。专业教师应积极争取、参与或主持本领域的科研和社会项目。可以通过指导学生参加各类电子商务竞赛，进一步融入电子商务的真实环境，熟悉企业的网络商务应用模式，并能为学生创造更多的参与实际项目的机会。
三是与企业或其他高校开展师资合作。通过与企业或其他高校联合申请课题、开发课件或出版教材等多种方式，实现资源共享，促进青年教师了解学科前沿，丰富教学内容，提高教学水平。
2. 细分培养方向，明确核心课程。
由于电子商务涉及面很广，因此在有限的学时内，无法实现对学生面面俱到的培养。而培养复合性人才也并非只是技术、商务或管理类课程的简单叠加。因此，高校需进一步把握市场需求，明确专业定位，做到前宽后窄、先博后精，使学生既具备扎实的基础理论知识，又在技术、商务或管理的某一方面有所侧重。在培养方向上，高校可以按照电子商务内容，如电子商务物流、营销

、贸易或项目管理等进行细分，也可以结合具体的行业进行专业定位，如医药电子商务、化工电子商务、农林电子商务、旅游电子商务等，培养学生掌握必备的行业知识和电子商务策划、应用能力。建议推行本科导师制度，根据学生专业兴趣分类指导，以实现学生的个性化培养，并符合企业的细分需求。在专业定位上，不同高校可以结合其行业或专业优势进行细分。但作为同一个专业，其核心课程应予以规范，以体现一个专业的培养规格和对知识结构的基本要求。在这一方面，教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会和各个相关高校已经做了大量的工作，有望在近期形成电子商务专业规范和教学质量标准。

3. 改革教学方法。电子商务专业反映了技术和商务领域的最新发展，其教学方法也应突破常规。考|试/大例如，根据企业具体的电子商务应用和学科发展前沿，适时调整教学内容；通过启发式和案例式教学，促进学生自主学习和研究性学习；结合完整的商务项目，让学生了解一个项目的策划与运行全过程，以培养高层次的项目管理人才；采用课堂讨论方式，让学生围绕某一主题，搜集、分析、处理相关资料和案例，并在课堂上进行公开讨论，教师进行点评和总结；建立、利用高校的教学科研网站，一方面为学生下载优秀论文、辅助案例和前沿教学内容，以及提交作业、交流学习心得等提供平台，另一方面为学生参与网站建设和维护、丰富网站内容等提供实践机会。

4. 创新实践模式，完善实践教学体系。高校电子商务人才培养的目的是为了给社会提供优秀的电子商务人才。无论是原有的偏管理或偏技术的培养模式，都必须着眼长远，又切合我国社会信息化初期的市场需要，实现学校与企业的有效对接

。为此，实践性教学成为电子商务人才培养中的最重要的内容和环节，已引起了各个高校的高度重视。建议电子商务本科专业进一步创新实践模式，完善实践教学体系。具体而言，高校除引进、更新电子商务开发及模拟软件，建立企业实习基地以外，还应充分借助校内、校外两种资源，创新学生实践、实习方式。一方面，校园内的招生、宣传、图书设备采购、网络教学、后勤服务等逐步电子化，学生可以利用高校的电子商务氛围，学习、研究校园生活的电子商务内容；另一方面，以相关电子商务竞赛为载体，借助阿里巴巴、淘宝、腾讯、各电子银行等电子商务平台，使学生接触企业真实问题，了解各种商业模式和典型应用。此外，还可以探索高校教育与社会资格认证有机结合的机制，创造专业理论与企业实践无缝连接的电子商务培养环境，建立起学习、实践的“生活化、商业化”培养新模式。在此基础上，完善包括课程实验、综合实训和社会实践在内的多层次的实践教学体系。

5. 转变就业观念，拓宽就业视野。关于电子商务专业毕业生的就业率，目前还没有一个权威的统计数据。充斥媒体并为许多文献广泛引用的一个数据是：我国电子商务专业应届毕业生的就业率仅为20%。这一数据的出处是国际电子商务师认证委员会(中国)研发中心在2004年对高校电子商务专业学生和自学考试电子商务专业学生进行就业情况调查的结果，调查截止时间是2004年6月15日。但这一结果并未就统计方式、样本地区等作出说明。事实上，国内首届电子商务本科专业学生毕业的时间是2005年，而且据笔者调查，20%的就业率与当前的实际就业状况严重不符。以江苏南京为例，各高校2007届电子商务本科毕业生的一次性协议就业率大都

在70%以上。因此，用2004年的数据说明2007年的状况，并得出电子商务专业毕业生的就业率远远低于全国平均水平的结论未免有失偏颇。毕竟，电子商务在中国的发展是十分迅猛的，2004年中国的网民数是9400万人，电子商务交易额为4075亿元，而截止2007年底，中国的网民数是2.1亿人，电子商务交易额预计超过1.7万亿元。但大学生就业压力加大是一个不争的事实。因此，在目前供需信息不对称、企业对于电子商务从业者的素质和能力还缺乏充分认知和统一评判标准的情况下，电子商务专业学生应转变自身就业观念，拓宽就业视野，除了少量“纯粹”的电子商务专业岗位之外，要充分利用传统行业的电子商务需求，从贸易、营销、物流等与专业方向相关的更大的就业范畴内选择工作，或者借助现有的网络环境和自己的学业优势自行创业，这些都是缓解就业压力的有效途径。编辑推荐：电子商务师考试复习方案电子商务师考试 - 电子商务员辅导电子商务师考试模拟试题 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

www.100test.com